



Quiénes Somos

Fundación Arcor fue creada en 1991 como expresión del compromiso social heredado de los fundadores de la empresa. Actualmente, Grupo Arcor lleva adelante su estrategia de Inversión Social en la región a través del accionar de Fundación Arcor Argentina, Instituto Arcor Brasil (2004) y Fundación Arcor Chile (2015).

Las tres organizaciones tienen como misión contribuir para que la educación sea una herramienta de igualdad de oportunidades para la infancia. Trabajan en el fortalecimiento de las organizaciones comunitarias que atienden al desarrollo integral de la niñez desde una perspectiva educativa, gestando procesos de capacitación, instalando el tema en la agenda social y movilizándolo a diversos actores: la familia, la escuela, el Estado, las organizaciones de base, y las empresas.

- Apoyaron a más de 3.000 proyectos socioeducativos en Argentina, Brasil y Chile.
- Participación de 6 millones de niños y niñas de la Región.
- Trabajo articulado con miles de organizaciones sociales.



- Más de 200 publicaciones sobre temáticas vinculadas a la niñez.
- 30 premios y distinciones por su actuación
- Más de 130.000 miembros en su Comunidad Digital

Introducción al caso:

Fundación Arcor Argentina, Fundación Arcor Chile e Instituto Arcor do Brasil, tienen la misión de contribuir para que la educación sea una herramienta de igualdad de oportunidades para la infancia. Así, uno de sus ejes de acción es la promoción de hábitos de vida activa y saludable desde la niñez. En ese marco, implementa y apoya distintos programas e iniciativas en comunidades de los tres países, buscando sensibilizar y movilizar a los distintos actores sociales y poner en la agenda pública la importancia del movimiento y la actividad física para el desarrollo pleno de los niños y niñas. Algunas de esas iniciativas son: Programa Escuela en Movimiento, Aprendiendo a Disfrutar, Niñez Cercana, entre otros.

Todos los años, en torno al **6 de Abril, Día Mundial de la Actividad Física**, se lanza una campaña de comunicación como fecha clave para promover hábitos de vida saludable en la población.

En el año 2017, las Fundaciones y el Instituto se propusieron implementar una acción innovadora, pasando de la sensibilización a la acción.

Fue así como se implementó un nuevo modelo de comunicación estratégica, que permitiera que sus públicos objetivos no solamente comprendieran la importancia de la temática (sensibilización), sino que contaran con herramientas concretas para jugar, aprender y ponerse en movimiento (acción).

Así nació **Requetemuevete / Superagite**, un juego de mesa exclusivamente destinado a difundir y promover hábitos saludables.



EJECUCIÓN DEL PLAN

Diseño del juego.

Para cumplir con los objetivos propuestos en la campaña, el juego debía cumplir algunas condiciones que se tuvieron en cuenta desde el primer momento:

FÁCIL DE ARMAR Y ECONÓMICO.

Todos los materiales se descargan en formato A4 listos para ser impresos en cualquier dispositivo doméstico.

ETAPAS DEL PROYECTO



SIN REQUERIMIENTOS.

Todas las instancias del juego pueden ejecutarse sin la necesidad de materiales extra a los entregados.

ESPECÍFICO.

Para el desarrollo de los contenidos del juego, se contó con asesoramiento de especialistas en alimentación, juego y actividad física.

LA IDEA

A partir de un juego de mesa clásico, en el que los jugadores deben llegar a la meta avanzando casilleros, se diseñaron tarjetas con preguntas, desafíos de movimiento y penalizaciones. Se diseñaron 4 personajes y un dado armable en papel.

DIFUSIÓN



Como eje articulador, la campaña contó con un **sitio web** en español y portugués específicamente diseñado, desde donde se pueden descargar todos los materiales del juego.

A partir de la fecha clave, comenzó una intensa campaña de difusión, que contó con los siguientes soportes:



Spot de campaña



Plan de contenido en redes sociales

La acción de prensa se distribuyó en varias etapas. En primer lugar, se envió a algunos periodistas clave el juego ya impreso, a los fines de que pudieran experimentar en primera persona el contenido del mismo. Un segundo grupo de periodistas fue contactado personalmente, explicando el porqué de la campaña. Y un tercer anillo se alcanzó a través del envío de gacetillas a la base de datos de prensa habitual.

Acción de prensa

Para el Día del Periodista, se envió a los medios como regalo una versión impresa del juego, acompañando la acción de prensa. Los periodistas pudieron ver, jugar y experimentar en primera persona los contenidos.

REQUETEMUEVETE GIGANTE.

Fundación Arcor Argentina sumó a Requetemuevete como una opción educativa, lúdica y gratuita en distintos eventos a lo largo de 16 ciudades argentinas. Se imprimió la "versión gigante" de Requetemuevete, con el tablero en lona vinílica de 3x4 metros, los personajes de 1 metro de altura y un dado gigante. Se contrató un equipo de animadores especialmente entrenado para ayudar a los niños a jugar, desplazándose por el tablero como si fueran las fichas.

Feria del Libro Infantil y Juvenil (Córdoba):

Entre el 6 y el 22 de julio de 2017, en 12 intervenciones de 2 hs cada una, participaron aproximadamente **1500 niños**.

Día del Niño. Centro Cultural Córdoba (Córdoba).

Participaron más de 500 niños.



Pudimos recoger, de primera mano, la experiencia de los niños al recorrer el juego. Sus apreciaciones se utilizaron para mejoras sobre los contenidos del mismo.

REQUETEMUEVETE RECORRE LA ARGENTINA

En el marco de las fiestas del Día del Niño que Grupo Arcor realiza para los hijos de sus colaboradores, Fundación Arcor Argentina sumó a REQUETEMUEVETE como otra actividad lúdica y activa. Ciudad de Córdoba, Arroyito, Colonia Caroya, Villa del Totoral (Córdoba), Recreo (Catamarca), Río Seco, Lules (Tucumán), San Martín, San Rafael (Mendoza), San Juan, Paraná (Entre Ríos) Choele Choel (Río Negro), Luján, San Pedro, Salto, Mar del Plata (Buenos Aires). **9.000 niños y niñas.**

El juego se utilizó como articulador en las comunidades donde la empresa cuenta con plantas industriales. Jugaron las familias y en especial sus protagonistas principales: LOS NIÑOS Y NIÑAS.

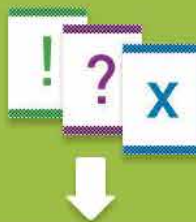




JUEGO / JOGO



PERSONAJES / PERSONAGENS



CARTAS / CARTÕES



REGLAMENTO / REGULAMENTO

Sólo en la primera semana de la campaña, el juego completo tuvo más de **5 MIL DESCARGAS**.

Los principales países de procedencia son Argentina, Chile y Brasil, pero también es visitado desde Uruguay, México, Paraguay, Estados Unidos, etc, ampliando así el alcance regional de la iniciativa.

Al día de hoy, el sitio web creado específicamente para esta acción ya ha recibido más de **587.000 VISITAS**.

EL 37% DE LOS USUARIOS REGRESA

una vez que ha visitado el sitio, lo que nos permite inferir un interés genuino en su contenido.

RESULTADOS

Durante 2017, se crearon **63 UNIDADES DE CONTENIDO** para redes sociales vinculadas a la campaña Requetemuevete.

REDES SOCIALES

92.461 reproducciones de video en Facebook y YouTube, que implican más de **530 horas** de visualización.



519.665 personas alcanzadas registramos **141.818** interacciones con el contenido de campaña en medios digitales 

RELACIÓN CON LAS COMUNIDADES

Requetemuevete gigante recorrió **16** localidades, brindado la oportunidad de que cerca de **12.100** niños y niñas se divirtieran, movieran y aprendieran recorriendo su tablero.

PRENSA

La acción de prensa tuvo importantes repercusiones. La campaña fue mencionada en medios gráficos, radiales y televisivos de los 3 países. Relevamos un total de **52** menciones en medios masivos de comunicación, estimando un ad value cercano a los **\$2.274.896 pesos**.